探析网络生态下短视频创作艺术思维路径
——以李子柒《兰州牛肉面》为例

方浩宇[1] 李铀[2]
（1. 长江大学艺术与传媒学院，湖北 武汉 430100；2. 武昌理工学院艺术设计学院，湖北 武汉 430000）

摘要：【目的】探索如何合理运用艺术表现手法，使短视频创作更富有渲染力？如何让浸润生活底色的表达，细作打磨成极致精品？如何紧跟时代潮流，在众声喧哗的网络世界立于不败？【方法】文章结合李子柒爆红短视频案例剖析，试图让短视频创作立足非虚构、故事性，精准叙述理想中的真实，满足受众开放沉浸的全新视听体验，以期短视频创作更趋多元化、更具感染力、更有市场率。【结果】网络生态下，受众更倾向于快餐化、交互化的信息传递，短视频创作以内容精悍短小、形式新颖多样、表达立体丰富而著称，最大限度满足人们碎片化、分散化、个性化的阅览需求，其呈现出公共性话语特点，直接影响沟通交流方式与信息推广模式。【结论】创作借助艺术思维交流互动的短视频，已然占据舆论传播与商业赋能主阵地。

关键词：网络生态；短视频；创作，艺术思维；路径创新　　中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2023）02-091-04　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.02.018
本文著录格式：方浩宇，李铀．探析网络生态下短视频创作艺术思维路径——以李子柒《兰州牛肉面》为例 [J]. 中国传媒科技，2023（02）：91-94.

据中国互联网络信息中心（CNNIC）2022 年 8 月 31 日发布的第 50 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2022 年 6 月，我国网民规模达到 10.51 亿，互联网普及率 74.4%。[1] 其中短视频、网络新闻及网络直播用户规模分别达到 9.62 亿、7.88 亿、7.16 亿（占比情况如图 1 所示）。网民规模持续扩大，短视频作为面向受众的重要 IP，占有的市场份额也最多。可见，互联网和数字媒体技术加速催生以抖音、快手、微信、小红书、趣头条等短视频平台为代表的新兴媒体，它们与传统媒介相互交织渗透融合，从最初的工具和社交功能，加速向新闻、娱乐、教育、文旅、商业等诸领域、全方位发展，成为一种全新的信息交互模式，其依托强大的内容特性与传播路径，更易抓住受众心理，产生强烈感官刺激，备受人们关注追捧。独领风骚的短视频在网络生态下，凭借其特有的优势，将文本语言转换成镜头语言，借助镜头直接交流互动，占据舆论传播与商业赋能主阵地，“无频不传、无频不欢”新格局已被业界所认同并推崇。借此从短视频创作的产生、属性、种类及特征入手，分析短视频创作艺术思维路径，并结合李子柒成功案例《兰州牛肉面》予以剖析，总结交流不同表现手法，摸索运用元素技巧创新，无疑为媒介融合发展、吸引受众回归提供突破视角和研究方向，以期短视频创作更趋多元化、更具感染力、更有市场率。

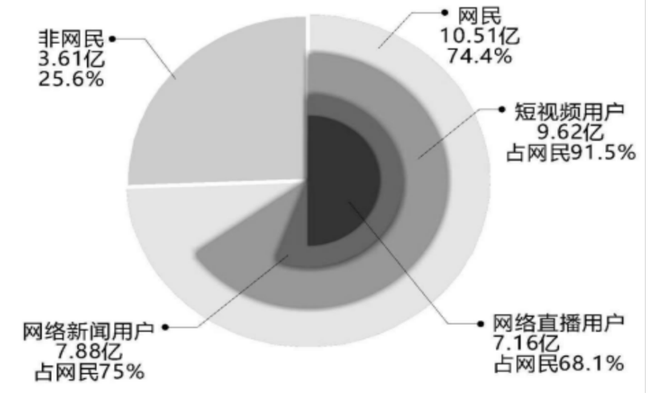


图 1　网民规模及短视频等用户占比情况示意图

1. 短视频创作的产生、属性、种类及特征综述

国内短视频兴起时间相对较短，目前在学界尚无明确定论。引用艾瑞咨询发布的《2017 年中国短视频行业研究报告》，将其定义为“播放时长在五分钟以下，基于 PC 端和移动端传播的视频内容形式”。[2] 随着时间的推移，其凭借时长短暂、叙事完整、形式新颖等优势特征，备受全网用户青睐。[3] 考虑其不受时空束缚，传播影响力日益递增，主流媒体在保持固有表达范本的同时，纷纷大胆尝试与平台相匹配的“微新闻”“微综艺”等。2018 年 12 月，新华社发布国内首个“媒体大脑・MAGIC 短视频智能生产平台”，生产一条视频仅需 6 秒，实现数据可视化、数据视频化、视频自

动化。短视频已经成为最重要的媒介传播形态。

且看党的二十大“练兵场”，各大主流媒体竞相发力：央视融媒体特别节目《二十大时光》；人民论坛网《二十大·二十问》；湖南卫视《小漾来学二十大》等。另外，央视推出的《主播说联播》，将短评论与短视频结合，掀起“粉联播”热潮；新华社 2022 年年初隆重推出一部基调温暖的时政微视频《永远的牵挂》，深情讲述习近平总书记牵挂的一件事；《人民日报》精心策划推出多款短视频产品，聚焦重大新闻热点事件。再回顾疫情期间，大家纷纷投身战“疫”舆论场，充分发挥短视频体量小、速度快、辐射强的优势，彰显出“科技向善”力量和人文关怀内涵，一改人们对其仅限于娱乐表达的传统认识，由接受迅速转化为喜爱，也在很大程度上燃起受众投身参与短视频的热情。由此可见，网络生态下受众观看影视习惯由厌“长”转喜“短”，在延续流量至上的运行逻辑下，短视频创作通过浓缩场景、社交互动、联动运营得以发酵引流，成为行业新的经济增长点，具体可用于剧情类、才艺类、技能类、商业类、生活类等 IP，不同赛道有不同的天花板和运营机制，广泛的社交传播属性淋漓尽现，是当下视听行业当之无愧的“新风口”。

2. 短视频创作艺术思维路径

当短视频深度融入受众的日常生活，作为“人体”的延伸，“脑袋长摄像头的人”也就随处可见。如何让自己的短视频“轻装上阵”，满足时下受众的视听习惯？不言而喻，运用一些影视剧里的艺术表现手法必不可少。一般而言，常规的艺术表现手法在叙事上符合时空原则。叙事中时间形态包括延伸、压缩、停滞、加速与减速等。屏幕上处理空间分为再现空间与构成空间。短视频拍摄所采取的运镜方式有推、拉、摇、移、跟、升、降等。构图的基本原则有三分构图法、九宫格构图法、对角线构图法、曲线构图法、框架构图法、垂直构图法、对称构图法等。在实际创作中，将拍摄的主题内容进行视听化，有了好的选题往往事半功倍。接下来，再依据分镜头脚本对内容予以细化，辅之不同艺术表现手法，严格遵循守正与创新相统一、内容与形式相结合两大原则，就能生产出内核突出、风格迥异的作品，释放短视频创作的正能量。

2.1 艺术 VS 技术：变幻莫测的蒙太奇与闪亮登场的虚拟人

短视频创作中蒙太奇指的是通过不同的镜头剪接，从而达到某种表达效果的手法。随着短视频创作“工具箱”日趋丰富和创作“素材库”日趋多样，蒙太奇成为一种常用分镜手法，贯穿作品的始终。其实质就是把一个个镜头按照情节的发展，合乎逻辑地串联起来，让受众直观地了解事件走向，可以增强视听效果。而数字虚拟人是自然人在虚拟世界的替身，分为虚拟网红、虚拟主播、虚拟明星等，依托原型，通过 AI 合成再萌化命名。数字虚拟人为短视频创作提供新的方向，不断拓展新闻播报、商业客服等视频场景的应用。

同时，VR、AR、MR、XR 等交互技术与短视频的结合，使短视频带给受众全息化、沉浸式短视频全新体验。

2.2 高雅 VS 通俗：蓦然回首的唯美性与返璞归真的原生态

所谓生活美学就是通过回归生活世界来重构美学的取向，是一种新的美学形态，短视频的出现被动驱使受众不停地创造、构建一种日常生活审美，诸如生活情境的自然美、生活物资的搭配美、共荣共生的和谐美，满足受众的各种需求，增加受众的愉悦感、幸福感。其未必在于影像的精美和技术多先进，而在于人文关怀下所呈现出的巧思和创意。原生态顾名思义，就是未加修饰，主要以乡村文化为主，作为互联网的产物，原生态带有浓厚的乡土气息，具有独特的风格：画面简陋、主题多元、情节老套等，在一定数字媒体技术的加持下，原生态在满足创作者传播心理的同时也满足了受众的视听体验需求，带火乡土网红。

2.3 内在 VS 外在：闲适恬淡的小清新与盛装来袭的服化道

小清新又称为“治愈系”文化，与社会群体的生存环境和心理状态有一定的关联性，一种是把观看作品的过程理解为受众自我情感投射；一种是把自然、淳朴的状态变成另外一种“奇观”。亦即稀松平常的日常生活、家庭生活等，主要的目的就是放松、休息或调节，总有一个瞬间能暖心治愈到你我。短视频中的服化道指服装、化妆、道具布景，服化道的设计和应用成为短视频创作的重要环节。一个道具，一件服饰，一处场景搭建，都需要构思和心血，优质的服化道对一部好的作品是锦上添花，反之则不然，服化道成为评判作品优秀与否的关键标准，也关乎现代审美，不容小觑。事实证明，受众审美还是普遍在线的。

2.4 叙事 VS 表现：古朴静谧的背景乐与细腻真实的同期声

为了丰富内容的表达力，恰当的背景乐对短视频创作必不可少。自然而然，背景乐的选取与短视频创作风格要高度匹配，人为制造渲染气氛。如：选取静谧悠扬、带有意蕴内涵的轻音乐，让人在浸入式环境中“感同身受”体味。可见，背景乐在短视频中能起到唤起情感、辅助叙事、表明立场等作用。山间的小溪潺潺、树林中鸟语花香、炉膛里劈啪作响，还有菜

刀切菜的脆响与顿挫、锅铲翻炒的摩擦与碰撞，以及采摘路上几句方言俚语，朴实真挚的生活气息就洋溢在这些生动的环境音里，将整个作品的气氛烘托得更为真实感人，再加上一两句同期声或旁白语，更能提升短视频的传播力和感染力，效果完全出乎人的意料。

2.5 景别 VS 故事：虚实结合的意朦胧与深入人心的烟火气

镜头语言是创作中的一种视觉表现，是表达艺术的重要形式，可以增强作品的感染力。[4] 通过熟练运用丰富的景别运动变化，提升短视频创作质量，美食创作还可以借鉴央视《舌尖上的中国》的拍摄手法，使用微距或特写镜头，让作品更显高级。还可以运用景深变焦，使画面虚实结合。再说起“烟火气”，其实就是“吃”的代名词，延伸为与生活相关联的，短视频创作要选题独特，从讲好故事开始，或简单记录工艺流程，或依附主线演绎故事，衣食住行，与受众日常生活紧密相关，创作者把“后厨”从线下搬到线上。既接地气又能深入人心，这种“快餐式”短视频旨在帮助大众用户表达自我的同时，记录幸福生活。

2.6 传统 VS 现代：润物无声的民族风与颠覆认知的二次元

民族的就是世界的，网络生态下短视频创作也大多围绕中国风、民族风展开。中国人注重美食，中国文化早已渗透到美食的细枝末节里。短视频中的美食分别与传统节日、自然节气、风味小吃息息相关。短视频的配乐是民歌民谣，短视频的服化道是古典韵味，短视频的语言是地道俚语，处处都是中国特色和民族特色。动画即动态图形或图形动画，能够将复杂的文字与图片信息以短视频形式生动、易读地展示出来，这也是与民族风相悖的另外一种表现手法，通过动漫或二次元，可以着力明确价值主题，形成研究、进入认知，在参与文化建构中创作。[5] 随着二次元与平台泛化，短视频创作更加多元，完全颠覆传统认知。

3. 剖析《兰州牛肉面》创作艺术思维路径

作品《兰州牛肉面》是李子柒早期代表作，从走访、学习、研究，历时三个月到作品面世，过程相当艰辛！看了她的作品，不由得惊呼，一碗十来块钱的兰州拉面居然可以做得这么精致，这么考究。连兰州人都赞叹不绝，李子柒迅速走红网络，一跃成为 2017 年网红第一人并拥有海量粉丝，随后拿奖拿到手软。本文重点分析《兰州牛肉面》从前期创作、中期拍摄、后期制作等方面的艺术手法技巧，以期创新创作思维。

3.1 前期创作上要重点关注三个问题

短视频前期创作，关键在于主题策划。有了基础框架之后，重点关注以下三个问题，做起来就会得心应手。一是内容选择独特。《兰州牛肉面》作为全国唯一入选国家非物质文化遗产项目的面食手工制作技艺，承载着兰州人浓厚的“乡愁”，成为兰州走向世界的一张亮丽名片。因此，被誉为“面文化的活化石”，讲究“一清，汤清；二白，萝卜白；三红，辣椒油红；四绿，蒜苗、香菜绿；五黄，拉面微黄；以上五色缺一不可，吃的真乃人间美味也。李子柒通过作品让人们了解了兰州牛肉面是一项纯技术活，旨在宣扬其不仅是美食更是一种文化。二是传递情感共鸣。李子柒的爷爷是个乡厨，经历生活磨难的她，灵感和素材都来自爷爷的手艺。《兰州牛肉面》中取材、切菜、配菜及制作也大多源自儿时的启蒙。之所以打动受众的并不完全是她完整呈现了食材到食物的过程，而是她在画面中营造出的令人神往却又难以接近的理想。拜师学艺，亲力亲为，既可以白衣化身仙女，也可以布衣回归农家，阅历塑造的形象标签满足受众对岁月静好“乌托邦式”的幻想和对美好生活的期待。三是脚本指向清晰。脚本指向必须把表达什么弄清楚、想明白，便于提前构思，为拍摄找准方向。李子柒创作《兰州牛肉面》，为了掌握兰州牛肉面的各种门道和实际操作，托朋友找甘肃师傅软磨硬泡，得以拜师成功，历时一个多月，拉出了完整的细面，拍摄制作方才开始。功夫不负有心人，《兰州牛肉面》全网播放量突破 5000 万，点赞超过 60 万，李子柒一战成名。

3.2 中期拍摄上要重点把握三个要素

中期拍摄是将创意构思转换成视频画面的过程，是整个流程中最为重要且繁杂的环节，需要重点把握以下三个要素：一是视觉表达真实。李子柒的短视频作品大多以上帝视角叙事，利用镜头画面，以客观、全面的视角扫视主人公的生活状态，呈现出更加完整的视角表达。[6] 作品《兰州牛肉面》亦不例外，呈现全知视点 + 字幕等，视频中生态环保的蔬菜、绝佳上等的食材、有条不紊的流程，再配之轻柔舒缓的音乐、自然秀丽的乡村，让短视频作品逻辑性和欣赏性更强。采用多种视角来回交叉拍摄，不仅可以增加短视频的真实感，还能增强叙事的灵活性。[7] 二是景别运用合理。在短视频创作中，运用不同景别，就会出现不同的空间感受，交替使用可以提高短视频的节奏感，强化视频叙事能力。如空间偏大的场景，要想获得现场全貌，须用全景和远景，事实上用广角镜头更佳；对空间狭小的事件，一般用中景拍摄。如果针对特定的人或物，通常用近景、特写。《兰州牛肉面》中大量运用近景，特写，可以吸引受众仔细观察，产生触摸体验。三是转场设定自然。短视频创作中的转场主要有利用特效转场、利用景物转场，前一种表现为持续穿插画面，

需多个特效完成[8]；后一种需要插入景物的纪录片段。《兰州牛肉面》中，在散发淡淡幽香的黄色野菊花旁，李子柒身着对襟白褂，一如既往地清淡素雅。有一群奔跑好动的小鸡随母鸡觅食，接着插入牛肉、牛骨头浸泡画面，很快转场到菜地采摘蒜苗、白萝卜、小火吊汤等。

3.3　后期制作上要重点完成三个环节

拍摄好了素材之后，就可以做后期工作了，包括剪辑、配音、调色等，这里需要重点把握好三个环节：一是剪辑合成完整。中期拍摄了好的素材，后期制作是最为出彩的环节，即在对创作理念和写意还原充分理解的基础上，通过剪切、选取、拼接，过滤掉无用的内容。《兰州牛肉面》中仅 2 分钟的拉面镜头，李子柒足足拍了 200 多个镜头，最后只用上 50 个不到。为了拍好兰州牛肉面，李子柒每天只吃一顿饭，一直在重新揉面，反复拍，意在拍摄足够多的好素材，所幸“一碗面”改变命运。二是声音风格契合。一部优秀的短视频作品要摆脱传统的声画模式，除了音效和背景选择，还必须与整个作品的风格与内容高度契合。《兰州牛肉面》是以美食为主线的，从原材料取材、清洗、烹饪等，将大自然中小鸡的声音，制作过程的声音及烹饪炒作的声音全部做成音效插入视频，这有利于强化受众的印象，让受众身临其境，增强大家对故事情节的记忆和理解，让配音和配乐为画面服务的同时，起到助推渲染画面情感的作用。[9] 三是调色匹配意境。李子柒的作品爆红，与色彩的准确把握有着必然联系。事实上，色彩语言并不能独立存在，合理运用暖色调或冷色调，能给人带来不同的感受，与作品《兰州牛肉面》中李子柒古风服装带来的清雅之感有异曲同工之妙，不仅充分展示了大自然之美，还给画面带来诗画般的视觉意境。另外，要运用调色软件对作品进行充分调色，使观感上更加舒适。调色是对创作艺术技能的考验，多练习才能表达犀利情感。

结语

元宇宙是互联网发展到一定阶段后，与真实世界平行存在、联通融合，基于数字技术的虚拟世界。[10] 元宇宙将是未来，届时短视频将带给受众高度逼真性、沉浸感、开放性地创作和视听体验。各媒体必须正视其短板差距和形态特征，始终秉承受众至上和内容为王，注重传统文化发掘和渗透的同时，努力增强短视频创作的艺术表现力和传播影响力，更好地为表达主题服务。当前新旧媒体正处在融合阶段，媒体从业人员更有责任、更有义务准确把握时代脉搏，严格遵循创作原则，切实找准生态内容生产的艺术思维和创新路径，全心致力于打造品牌形象并不断健全完善运营矩阵，加快创作推广更多更优满足受众需求的个性化精品，及时有效传播正向价值观，最大限度发挥主流媒体舆论引导，实现短视频创作双效双赢。

参考文献

[1] 严芳 . 移动短视频的绿色生产与传播 [J]. 青年记者，2019（5）：92-93.

[2] 姜雪 . 新媒体时代田园短视频的创作特征与精神内核 [J]. 新媒体研究，2020（23）：97-99.

[3] 王晖 . 生活美学在短视频创作中的应用——以“李子柒”短视频为例 [J]. 工业设计，2022（1）：119-120.

[4] 徐龙稷 . 李子柒爆红短视频创作技巧分析 [J]. 新闻传播，2022（1）：47-48.

[5] 方浩宇 . 探析受众视角下新闻短视频的创新发展路径 [J]. 新闻世界，2022（2）：37-40.

[6]CNNIC. 第 50 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].http：//www.gov.cn/xinwen/2022-09/01/content_5707695.htm.2022-09-01/2023-01-29.

[7] 王书浩 . 融媒体时代背景下短视频平台内容的创作与发展 [J]. 中国传媒科技，2022（9）：91-94.

[8] 刘跃 . 元宇宙核心特征和技术应用前景初探 [J]. 中国传媒科技，2022（10）：61-63.

[9] 郭芸 . 新媒体在 5G 时代的短视频创作思考分析 [J]. 中国传媒科技，2022（10）：80-83.

[10] 吕甜，陈文 . 短视频时代《主播说联播》评论话语创新研究 [J]. 东南传播，2022（10）：23-25.

[11] 王财 . 数字媒体艺术在短视频创作领域中的应用 [J]. 电视技术，2022（11）：65-67.

[12] 张晓萱 . 李子柒短视频作品成功之道 [J]. 西部广播电视，2022（20）：87-89.

作者简介：方浩宇（2001-），男，湖北天门，长江大学数字媒体艺术本科在读，研究方向为数字媒体艺术；李铀（1987-），女，湖北荆州，武昌理工学院副教授，研究方向为数字媒体艺术、综合材料绘画。

（责任编辑：张晓婧）